

PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL ENTITAS TERHADAP KINERJA KEUANGAN

Tiara Indah Gunawan
tiaraindah7676@gmail.com
Sugeng Praptoyo

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect to entity social responsibility on the financial performance. In this research financial performance was measured by return on assets (roa), return on equity (roe) and earning per share (eps). Moreover, entity social responsibility was independent variable, and return on asset (roa), return on equity (roe) and earning per share (eps) were dependent variable. The research was quantitative. Besides, the data collection technique used purposive sampling in which the sample was based on criteria given. Furthermore, the population was consumer goods manufacturing companies which were listed on Indonesia Stock Exchange with 4 consecutive years, 2014-2017. In line with, there were 23 companies as sample. For the data analysis technique, it used simple linear regression analysis with SPSS 22. The research result concluded the entity's social responsibility had positive and significant effect on Return on Assets (roa) and Return on Equity (roe), On the other hand, the entity's social responsibility had negative and significant effect on Earning Per Share (eps).

Keywords: entity social responsibility, financial performance, roa, roe, eps.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh tanggung jawab sosial entitas terhadap kinerja keuangan. Dalam penelitian ini kinerja keuangan diukur menggunakan *Return On Assets (roa)*, *Return On Equity (roe)*, dan *Earning Per Share (eps)*. Tanggung jawab sosial entitas sebagai variabel independen sedangkan *Return on Assets (roa)*, *Return on Equity (roe)*, dan *Earning Per Share (eps)* sebagai variabel dependen. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur dengan barang konsumsi (*consumers good*) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 4 tahun berturut-turut yaitu 2014-2017. Jumlah sampel perusahaan yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini sebanyak 23 perusahaan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial entitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return on Assets (roa)*, *Return on Equity (roe)*, sedangkan tanggung jawab sosial entitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Earning Per Share (eps)*.

Kata Kunci: tanggung jawab sosial entitas, kinerja keuangan, roa, roe, eps.

PENDAHULUAN

Perusahaan merupakan salah satu pelaku ekonomi yang mempunyai pengaruh besar pada perekonomian maupun masyarakat yang lebih luas, sehinggaperusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap investor ataupun pemegang saham lain tetapi perusahaan juga mampu bertanggung jawab terhadap golongan masyarakat luas. Sudah sewajarnya tujuan perusahaan didirikan untuk meningkatkan kekayaan pemegang saham sebagai pemilik perusahaan. Oleh karena itu perusahaan berusaha sekeras mungkin untuk memperoleh keuntungan perusahaan sebanyak-banyaknya. Seringkali perusahaan tidak memperdulikan bagaimanapun caranya agar tujuan tersebut tercapai. Contohnya pada perusahaan manufaktur, perusahaan akan mencari sumber daya bahan semurah murahnya dengan harapan merekamendapatkan keuntungan yang lebih besar serta meringankan biaya tanpa memperdulikan dampak negatif yang nantinya akan timbul dan akan merugikan masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan.

Dewasa ini, perusahaan yang semakin modern berkompetisi dalam mempertahankan usahanya. Hal ini dimaksudkan agar perusahaan bukan hanya memfokuskan untuk meningkatkan laba atau keuntungan semata. Jika ditinjau dari aspek sosial, perusahaan juga harus memberikan kontribusi bantuan secara langsung kepada masyarakat untuk memenuhi tanggung jawab sosial, yakni dengan cara meningkatkan kualitas hidup pada masyarakat dan lingkungannya melalui tanggung jawab sosial entitas. Menurut Astri (2012) tanggung jawab sosial entitas yang diberikan perusahaan pada masyarakat diharapkan tidak hanya berorientasi pada tujuan jangka pendek, tetapi mampu memberikan kontribusi pada masyarakat dalam jangka panjang terutama terhadap peningkatan kualitas hidup dan lingkungan. Jika tanggung jawab sosial entitas dijalankan secara efektif sebenarnya dapat memperkuat akumulasi modal sosial yang secara tidak langsung potensial untuk meningkatkan sosial kesejahteraan masyarakat. Eklinton (1997), (dalam Hadi, 2011) mengemukakan tentang konsep *The Triple Bottom Line* konsep tersebut mengakui jika perusahaan ingin *sustain* maka perlu memperhatikan 3P, yaitu bukan cuma *profit* yang diburu, namun perusahaan juga harus memberikan suatu kontribusi yang bernilai positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) sekitar.

Menurut Ajilaksana (2011), (dalam Purnaningsih, 2018) tanggung jawab sosial entitas merupakan salah satu bentuk *sustainability reporting* yang memberikan keterangan tentang berbagai aspek-aspek perusahaan mulai dari aspek sosial, lingkungan dan keuangan sekaligus yang tidak dapat dijelaskan secara tersirat oleh suatu laporan keuangan perusahaan saja. Lebih jauh, dalam tanggung jawab sosial entitas yang diungkapkan, perusahaan dalam menjelaskan tentang aspek Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, Hak Asasi Manusia, Sosial, dan Tanggung Jawab Produk. Yani (2013) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial entitas saat ini bukan lagi bersifat sukarela atau komitmen yang dilakukan perusahaan dalam mempertanggungjawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib atau menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya. Hal tersebut telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada tanggal 20 Juli 2007. Untung (2014) pada pasal 74 ayat (1) Undang-Undang Perseroan Terbatas tersebut menyatakan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/ atau berkaitan dengan segala sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Saat ini, masyarakat lebih pandai dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi. Sekarang masyarakat cenderung untuk memilih produk yang diproduksi oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan atau melaksanakan tanggung jawab sosial entitas. Survei yang telah dilakukan oleh Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001 (Dalam Sutopoyudo, 2009) menyatakan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk perusahaan yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan tanggung jawab sosial entitas, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor. Di sisi lain, untuk melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial entitas berarti perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya yang diperlukan. Biaya tersebut pada akhirnya akan menjadi beban yang nantinya mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Akan tetapi dengan melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial entitas, citra perusahaan yang didapatkan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dan pada akhirnya dengan pelaksanaan tanggung jawab sosial entitas, diharapkan tingkat kinerja keuangan perusahaan juga akan semakin meningkat menurut Satyo (2005) (Dalam Sutopoyudo, 2009).

Subjek pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2017. Dengan alasan

perusahaan manufaktur banyak terlibat dari berbagai proses dan integrasi komponen produk. Banyaknya frekuensi masyarakat terlibat pada manufaktur lebih banyak daripada sektor usaha lain yang ada pada Bursa Efek Indonesia. Dari banyaknya interaksi inilah yang membuat perusahaan manufaktur mempunyai pengaruh baik dari pemegang saham hingga masyarakat luas. Sehingga tindakan manajemen perusahaan melakukan kegiatan tanggung jawab sosial entitas selalu menjadi sorotan dari berbagai pihak. Dalam penelitian ini tanggung jawab sosial entitas dihubungkan dengan kinerja keuangan perusahaan, dengan rasio-rasio yang dapat mencerminkan kondisi keuangan. Rasio ini adalah *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE), dan *Earning Per Share* (EPS). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penerapan tanggung jawab sosial entitas terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2017 yang diproyeksikan melalui *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE), dan *Earning Per Share* (EPS). Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh penulis, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti oleh penulis adalah, bagaimana pengaruh tanggung jawab sosial entitas terhadap *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE) dan *Earning Per Share* (EPS).

TINJAUAN TEORITIS

Teori Stakeholder

Menurut Hadi (2011) perusahaan tidak hanya bertanggungjawab terhadap para pemilik (*shareholder*) sebagaimana terjadi selama ini, namun bergeser menjadi lebih luas yaitu sampai pada ranah sosial kemasyarakatan (*stakeholder*), selanjutnya disebut tanggungjawab sosial (*social responsibility*). Freeman (1984), (dalam Hadi,2011) mendefinisikan *stakeholder* sebagai setiap kelompok atau individu yang dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan perusahaan. Pada awalnya yang dimaksud *stakeholder* mencakup pemegang saham (*stockholder*), para karyawan (*employees*), para pelanggan (*customers*), para pemasok (*supplier*), para pemberi pinjaman (*lenders*) dan masyarakat luas (*society*), sedangkan menurut Lindawati dan Puspita (2015), (dalam Purnaningsih, 2018) teori *stakeholder* merupakan suatu teori yang mengatakan bahwa keberlangsungan suatu perusahaan tidak terlepas dari adanya peranan *stakeholder* baik dari internal maupun eksternal dengan berbagai latar belakang kepentingan yang berbeda dari setiap *stakeholder* yang ada. Tanggung jawab sosial entitas dapat menjadi strategi perusahaan untuk memenuhi kepentingan dari para *stakeholder* dengan informasi non keuangan perusahaan terkait dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari adanya aktivitas perusahaan. Semakin baik pengungkapan tanggung jawab sosial entitas oleh perusahaan akan membuat *stakeholder* memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala aktivitasnya yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan mencapai laba yang diharapkan.

Teori Legitimasi

Legitimasi ialah suatu keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik dari fisik maupun nonfisik. O'Donovan (2002) (dalam Hadi,2011) menyatakan bahwa legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan oleh masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan pernyataan tersebut legitimasi merupakan suatu manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*). Peran penting legitimasi *stakeholder*, dalam teori marketing baru didudukan pada posisi *distress strategy*. Hal ini karena, sejalan dengan perkembangan pola pikir dan kesadaran masyarakat, memiliki kepentingan untuk terlindungi kehidupan dan kepentingan terhadap alam. Untuk itu, satu niscayaan perusahaan mendudukan tanggung jawab sosial sebagai bagian dalam mengkonstruksi strategi operasi, Kasali (2007) (dalam Hadi,2011).

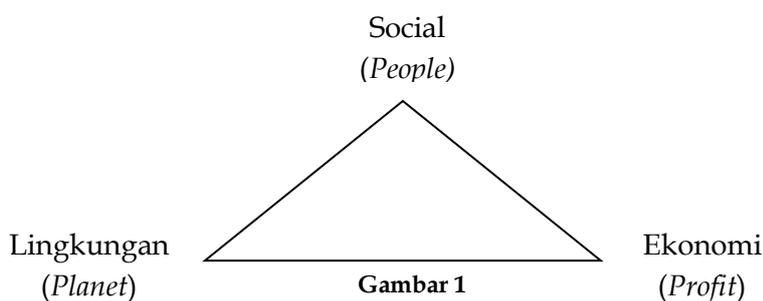
Teori Signaling

Teori *signaling*/sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (investor, kreditor). Kurangnya informasi mengenai perusahaan bagi pihak luar menyebabkan pihak luar (investor, kreditor) akan melindungi diri dengan cara memberikan harga yang rendah untuk perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan cara mengurangi informasi asimetri. Salah satu cara yang dapat mengurangi informasi dari asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar, salah satunya berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan dimasa yang akan datang telah dimuat dalam laporan tahunan perusahaan, Mustafa dan Handayani (2014) (dalam Purnaningsih, 2018).

Definisi Tanggung Jawab Sosial Entitas

Menurut Untung (2014), tanggung jawab sosial entitas merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungannya bagi kepedulian sosial maupun tanggung jawab lingkungan dengan tidak mengabaikan kemampuan dari perusahaan. Pelaksanaan kewajiban ini harus memerhatikan dan menghormati tradisi budaya masyarakat disekitar lokasi kegiatan usaha tersebut. Tanggung jawab sosial entitas merupakan suatu konsep bahwa perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan.

The World Business Council for Sustainable Development (1955) (dalam Hadi, 2011) tanggung jawab sosial entitas merupakan satu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara luas. Menurut Eklingson (1997) (dalam Hadi,2011) yang terkenal dengan *The Triple Botton Line*. Konsep tersebut mengakui bahwa jika perusahaan ingin *sustain* maka perlu memperhatikan 3P, yaitu bukan cuma *profit* yang diburu, namun juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Konsep *Triple Botton Line* tersebut telah mengaitkan antara dimensi tujuan dan tanggung jawab, baik kepada *shareholder* maupun *stakeholder*. Hubungan diatas kemudian di ilustrasikan dalam segitiga seperti pada gambar berikut:



Gambar 1
Konsep *Triple Botton Line*
Sumber: literatur CSR, 2011

Kinerja Keuangan Perusahaan

Menurut Baley dan Bringham(2009) (dalam Pramesti, 2012) kinerja keuangan adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang merupakan hasil bersih dari kebijakan-kebijakan dan keputusan-keputusan manajemen baik dalam mengelola likuiditas, *asset* dan hutang perusahaan. Informasi mengenai kinerja keuangan perusahaan dijelaskan dalam laporan keuangan pada tiap tahunnya. Dalam memahaminya tentu saja tidak mudah

apabila hanya mengamati dari format asli laporan keuangan saja, maka untuk kemudahan pemahaman pemakai laporan keuangan dapat menggunakan alat analisis diantaranya yaitu rasio keuangan (Pramesti, 2012).

ROA/Return on Asset

Menurut Hanafi dan Halim (2012) *Return on Asset* atau sering diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia sebagai Rentabilitas Ekonomi mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba pada masa lalu. Analisis ini kemudian bias diproyeksikan ke masa depan untuk melihat kemampuan perusahaan menghasilkan laba pada masa-masa mendatang. Menurut Prastowo (2015) ROA mengukur kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aktivitasnya untuk memperoleh laba. Rasio tersebut mengukur tingkat kembalian dalam investasi yang telah dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan seluruh dana (aktiva) yang dimilikinya.

ROE/Return on Equity

Menurut Wardiyah (2017) *Return on Equity* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal sendiri agar menghasilkan keuntungan bagi seluruh pemegang saham, baik saham biasa maupun saham preferen. Menurut Kasmir (2014) *Return on Equity* (ROE) merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio tersebut, maka semakin baik.

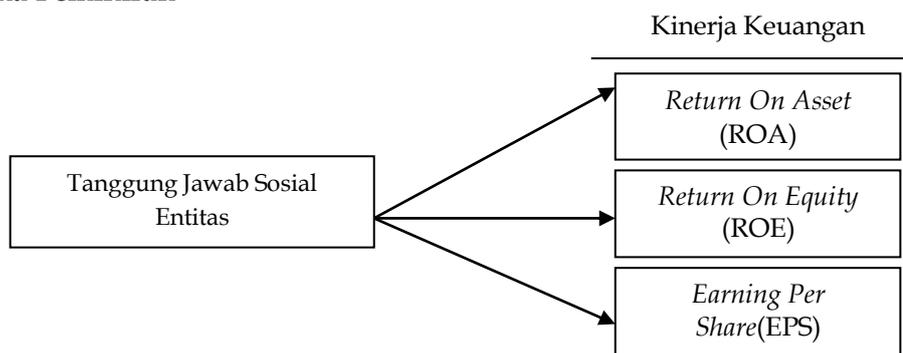
EPS/Earning Per Share

Earning Per Share (EPS) sering menjadi perhatian pemegang saham pada umumnya ataupun calon pemegang saham dan manajemen EPS menunjukkan jumlah yang dihasilkan (*return*) dari setiap lembar saham. Semakin besar EPS, maka semakin besar keuntungan yang diterima pemegang saham (Wardiyah, 2017). Menurut Murhardi (2012) *Earning Per Share* (EPS) adalah pendapatan per lembar saham yang dapat dilihat di laporan laba rugi. EPS mencerminkan pendapatan tiap lembar saham yang akan diperoleh pemegang saham, bila semua pendapatan tersebut dibagikan dalam bentuk dividen. EPS merupakan tingkat keuntungan yang menunjukkan pendapatan bersih yang diperoleh investor atau pemegang saham dari setiap lembar saham. Investor lebih tertarik pada saham yang memiliki EPS tinggi dibandingkan saham yang memiliki EPS rendah. Pada umumnya manajemen perusahaan, pemegang saham biasa dan calon pemegang saham sangat tertarik pada *Earning Per Share* karena hal ini menggambarkan jumlah rupiah yang diperoleh untuk setiap lembar saham biasa menurut Syamsuddin (2011) (dalam Rosdwianti, 2016).

Hubungan Tanggung Jawab Sosial Entitas dengan Kinerja keuangan

Perusahaan yang tidak melakukan tanggung jawab sosial entitas akan cenderung mendapatkan protes dan atau demo dari masyarakat yang dapat mengakibatkan terhentinya kegiatan operasional suatu perusahaan sehingga dapat menimbulkan kerugian, sebaliknya perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial entitas dengan baik dapat terhindar dari protes masyarakat sehingga perusahaan dapat terus beroperasi dengan efektif sehingga dapat mencapai tujuan profit keseluruhan. Peningkatan keuntungan perusahaan jelas berbanding lurus dengan peningkatan rasio-rasio profitabilitas seperti *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Earning Per Share* (EPS) menurut, Rahayu *et al* (2014) (dalam Purnaningsih, 2018). Tanggung jawab sosial merupakan strategi perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas. Pelaksanaan tanggung jawab sosial entitas banyak memberikan manfaat antara lain akan meningkatkan volume penjualan, meningkatkan ketertarikan calon investor. Dengan dilakukan tanggung jawab sosial entitas perusahaan diharapkan mampu mencapai tujuan utama yaitu meningkatkan laba tanpa mengabaikan kewajibannya.

Rerangka Pemikiran



Gambar 2
Rerangka Pemikiran

Perumusan Hipotesis

Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Entitas terhadap *Return on Asset*

Hasil penelitian Rosdwianti *et al* (2016) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial entitas berpengaruh positif signifikan terhadap ROA. Hal tersebut dibuktikan bahwa semakin banyak perusahaan melakukan tanggung jawab sosial entitas dalam laporan tahunan maka semakin meningkat juga profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan. Hasil penelitian Jurokhani (2013) menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial entitas berpengaruh positif signifikan terhadap rasio profitabilitas. Dari hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa, jika tanggung jawab sosial entitas dijalankandengan baik maka citra perusahaan terhadap masyarakat akan baik. Dengan adanya citra perusahaan baik di mata masyarakat akan meningkatkan perusahaan dalam hal produksinya dan membuat produk baru yang lebih baik dari sebelumnya. Dengan demikian hipotesis pertama diperoleh sebagai berikut:

H₁: Tanggung Jawab Sosial Entitas berpengaruh positif signifikan terhadap ROA.

Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Entitas terhadap *Return on Equity*

Hasil penelitian Rosdwiantiet *al* (2016) membuktikan bahwa tanggung jawab sosial entitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap ROE. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak perusahaan melakukan tanggung jawab sosial entitas dalam laporan tahunan maka profitabilitas perusahaan akan mengalami peningkatan. Hasil penelitian Gantino (2016) menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial entitas berpengaruh positif signifikan terhadap ROE. Hal ini berarti semakin tinggi pengungkapan maka semakin meningkat juga ROE perusahaan. Pengungkapan yang semakin luas akan memberikan sinyal positif juga terhadap pihak-pihak yang berkepentingan di perusahaan maupun para pemegang saham perusahaan. Semakin luas informasi yang disampaikan kepada *shareholder* maupun *stakeholder* akan memperbanyak informasi yang diterima di perusahaan. *Stakeholder* dan *shareholder* akan lebih mempercayakan modal mereka yang mereka tanamkan di perusahaan, sehingga perusahaan akan lebih mudah menggunakan modal tersebut untuk aktivitas perusahaan guna meningkatkan laba. Dengan demikian hipotesis kedua diperoleh sebagai berikut:

H₂: Tanggung Jawab Sosial Entitas berpengaruh positif signifikan terhadap ROE.

Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Entitas terhadap *Earning Per Share*

Hasil penelitian Rosdwiantiet *al* (2016) menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial entitas berpengaruh positif signifikan terhadap EPS. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial entitas secara berkelanjutan akan meningkatkan EPS perusahaan. Jika citra perusahaan meningkat di masyarakat ataupun pihak-pihak kepentingan perusahaan *stakeholder* dan *shareholder* akan meningkatnya modal

yang di investasikan perusahaan, sehingga perusahaan mampu meningkatkan aktivitas perusahaan. Dalam meningkatnya hal itu akan meningkatnya laba per saham. Investor lebih tertarik saham yang memiliki EPS tinggi daripada saham yang memiliki EPS yang rendah karena hal ini menggambarkan rupiah yang diperoleh untuk lembar saham biasa.

Hasil penelitian Citraningrum (2014) menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial entitas berpengaruh positif signifikan terhadap EPS. Hal ini menunjukkan bahwa dengan pengungkapan tanggung jawab sosial entitas oleh perusahaan sampel, akan mempengaruhi investor untuk menanamkan modalnya, dengan demikian tanggung jawab sosial entitas berpengaruh terhadap harga saham ataupun tanggung jawab sosial entitas. Hubungan yang positif antara tanggung jawab sosial entitas dan EPS menunjukkan bahwa investor dalam menginvestasikan modalnya akan mempertimbangkan tanggung jawab sosial entitas sebagai salah satu bentuk kepedulian sosial. Dengan demikian hipotesis ketiga diperoleh sebagai berikut:

H₃: Tanggung Jawab Sosial Entitas berpengaruh positif signifikan terhadap EPS.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan manufaktur dalam sektor industri barang konsumsi (*consumer goods industry*) yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang melakukan kegiatan tanggung jawab sosial entitas dalam periode 2014-2017.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel digunakan *purposive sampling*. Kriteria yang digunakan untuk menentukan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut: (1)Perusahaan manufaktur dalam sektor industri barang konsumsi (*consumers goods industry*) yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia selama tahun 2014-2017, (2)Perusahaan sampel menerbitkan laporan tahunan secara berturut-turut selama tahun 2014-2017, (3)Perusahaan melakukan tanggung jawab sosial secara berturut-turut pada tahun 2014-2017, (4)Perusahaan memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi.Kegiatan dalam dokumentasi ini dengan mengumpulkan data yang telah di publikasikan diperoleh dari Galeri Bursa Efek Indonesia STIESIA Surabaya. Melakukan kajian dari sumber bacaan atau dari penelitian terdahulu untuk mengetahui keterkaitan dari penelitian sebelumnya.

Sumber data dari penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh bukan dari wawancara ataupun hasil observasi secara langsung melainkan data yang sudah tersedia di perusahaan maupun melalui studi kepustakaan. Adapun sumber data penelitian ini diambil dari Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2017. Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi (*consumers goods industry*) yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut pada tahun 2014-2017 yang menjadi sampel penelitian.

Variabel dan definisi Operasional Variabel

Tanggung Jawab Sosial Entitas (CSRI)

Tanggung jawab sosial etitas dalam penelitian ini diukur menggunakan CSRI (*Corporate social responsibility index*) berdasarkan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dipublikasikan perusahaan tiap tahunnya. Pada penelitian ini, tanggung jawab sosial entitas dapat diukur menggunakan indeks pengungkapan sosial yang merupakan *variabel dummy*. Dengan mengidentifikasi tiap *item* yang telah diungkapkan oleh perusahaan didalam

laporan tahunan, serta mencocokkan hasilnya pada *checklistitem*, maka hasil dari pengungkapan item yang telah diperoleh dari setiap perusahaan dihitung indeksinya dengan proksi CSRI.

Rumus perhitungannya sebagai berikut:

$$CSRI = \frac{\sum X_i}{n}$$

ROA

Return on Assets (ROA) merupakan variabel yang menunjukkan banyaknya laba bersih yang dilakukan perusahaan dalam melakukan tanggung jawab sosial entitas. Semakin besar ROA maka semakin baik juga kinerja perusahaan karena return perusahaan semakin meningkat.

Rumus yang digunakan untuk menghitung ROA sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

ROE

Return on Equity (ROE) merupakan variabel yang mengukur pengembalian atas seluruh ekuitas yang dimiliki perusahaan yang akan digunakan untuk program tanggung jawab sosial entitas. ROE adalah gambaran perusahaan menilai kemampuan perusahaan menghasilkan laba, efisiensi perusahaan dalam mengelola *asset* dan hutang yang dipakai untuk melakukan suatu usaha.

Rumus yang digunakan untuk menghitung ROE sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total ekuitas}}$$

EPS

Earning Per Share (EPS) adalah rasio yang digunakan untuk menghitung seberapa besar laba bersih per lembar saham yang diperoleh perusahaan dalam pembagian laba. EPS merupakan laba bersih setelah pajak yang dikurangi dividen dan dibagi dengan total seluruh saham.

Rumus yang digunakan untuk menghitung EPS sebagai berikut:

$$EPS = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Jumlah lembar saham yang beredar}}$$

Teknik Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif menggambarkan jika pada suatu data dapat dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum, minimum.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:110), Uji normalitas merupakan pengujian statistik yang digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel bebas dan variabel terikat mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik yaitu model regresi yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2018:95), uji autokorelasi merupakan pengujian statistik yang digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$. Model regresi

yang baik yaitu model regresi yang bebas dari autokorelasi. Uji autokorelasi didalam model linear, harus dilakukan apabila data merupakan data runtut waktu atau *time series*.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:105), uji heteroskedastisitas merupakan pengujian statistik yang digunakan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Model regresi yang baik merupakan model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi merupakan sebuah model statistika yang menjelaskan tentang hubungan dua variabel atau lebih yang saling berkegantungan melalui sebuah persamaan untuk memprediksi kondisi di masa yang akan datang. Model analisis yang untuk menguji hipotesis ini ialah model analisis regresi linear sederhana. Model regresi untuk mengukur kinerja keuangan sebagai berikut:

$$Y(\text{ROA}) = \beta_0 + \beta_1\text{CSRI} + \varepsilon \quad (\text{model 1})$$

$$Y(\text{ROE}) = \beta_0 + \beta_1\text{CSRI} + \varepsilon \quad (\text{model 2})$$

$$Y(\text{EPS}) = \beta_0 + \beta_1\text{CSRI} + \varepsilon \quad (\text{model 3})$$

Keterangan:

CSRI : *Corporate Social Responsibility Index*

Y : Kinerja Keuangan (ROA,ROE, dan EPS)

ε : *Error Term*, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji statistik t. Menurut Ghozali (2018:84), uji t adalah jenis pengujian statistika yang digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Apabila nilai signifikansi uji $t < 0,05$, maka berpengaruh signifikan. Apabila nilai signifikansi uji $t > 0,05$, maka tidak berpengaruh signifikan.

Analisis dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Sampel dalam penelitian ini dipilih dengan metode *purposive sampling*. Dengan metode tersebut, maka perusahaan yang dijadikan obyek penelitian dapat memenuhi syarat penelitian. Jumlah perusahaan barang konsumsi (*consumer goods*) yang terdaftar di BEI tahun 2014-2017 sebanyak 35 perusahaan. Kemudian diseleksi berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan yaitu menjadi 23 perusahaan, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 92 sampel.

Analisis Deskriptif

Berikut ini disajikan statistik deskriptif hasil perhitungan SPSS seperti pada Tabel 9:

Tabel 9
Hasil Pengujian Statistik Deskriptif
sebelum data outliers dibuang

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kinerja Keuangan:					
ROA	92	.00	53.00	13.1087	10.9879
ROE	92	1.00	176.00	27.3587	34.99061
EPS	92	12.00	100.00	59.4348	17.48739
Tanggung Jawab Sosial Entitas	92	1.00	1406.00	74.2935	174.90899
Valid N (listwise)	92				

Sumber: laporan keuangan, 2018 (diolah).

Berdasarkan pada Tabel 9 mengenai pengujian statistik deskriptif maka dapat diketahui jumlah observasi (N) dari penelitian ini adalah 92 berdasarkan 4 periode terakhir laporan keuangan tahunan yaitu 2014-2017. Namun dari perhitungan *Z score* terdapat 8 data *outlier*. Data *outlier* merupakan data yang mempunyai suatu karakteristik unik dan jika dilihat sangat berbeda jauh dari observasi-observasi lainnya dan dapat muncul dalam bentuk ekstrim baik untuk variabel tunggal maupun variabel kombinasi (Ghozali, 2018). Setelah dilakukan *outlier* pada data yang semula 92 data menjadi 84 data. Hasil penelitian statistik deskriptif diperoleh data pada Tabel 10 sebagai berikut:

Tabel 10
Hasil Pengujian Statistik Deskriptif
setelah data *outliers* dibuang

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kinerja Keuangan :					
ROA	84	.00	42.00	12.2976	9.98285
ROE	84	1.00	136.00	24.0595	29.00202
EPS	84	25.00	85.00	59.6429	16.47974
Tanggung Jawab Sosial Entitas	84	.00	495.00	55.8571	101.49641
Valid N (listwise)	84				

Sumber: laporan keuangan, 2018 (diolah).

Pada Tabel 10 setelah *outlier* menunjukkan jumlah sampel perusahaan sebanyak 84 yang dideskripsikan sebagai berikut: (1) Variabel kinerja keuangan (ROA) pada 84 sampel perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi periode 2014-2017 memiliki nilai rata-rata sebesar 12,2976 dengan nilai maksimum sebesar 42,00. Semakin tinggi ROA perusahaan maka menunjukkan tingkat efektivitas tim manajemen perusahaan dalam menghasilkan laba dari dana yang diinvestasikan oleh pemegang saham, sedangkan nilai minimum ROA sebesar 0,00 dan standar deviasi 9,98285, (2) Variabel kinerja keuangan (ROE) pada 84 sampel perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi periode 2014-2017 memiliki nilai rata-rata sebesar 24,0595 dengan nilai maksimum sebesar 136,00. Semakin tinggi ROE perusahaan maka menunjukkan semakin besar peluang investor memperoleh laba bersih dari setiap modal yang di investasikan, sedangkan nilai minimum sebesar 1,00 dan standar deviasi 29,00202, (3) Variabel kinerja keuangan (EPS) pada 84 sampel perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi periode 2014-2017 memiliki nilai rata-rata sebesar 59,6429 dengan nilai maksimum sebesar 1,00 yang berarti perusahaan mampu menghasilkan tingkat keuntungan bersih untuk tiap lembar sahamnya, sedangkan nilai minimum sebesar 25,00 dengan standar deviasi 16,47974, (4) Variabel tanggung jawab sosial entitas pada 84 sampel perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi selama periode 2014-2017 memiliki nilai rata-rata 55,8571 dengan nilai maksimum sebesar 485,00 yang berarti banyak perusahaan yang melakukan kegiatan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitar perusahaan, sedangkan nilai minimum 1,00 dengan standar deviasi sebesar 101,49641.

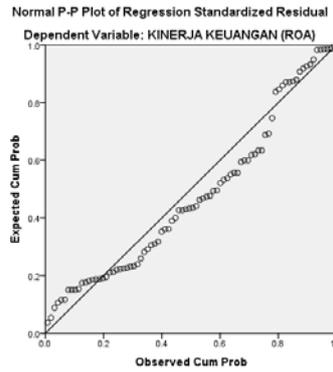
Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Hasil analisis grafik untuk menguji normalitas pada data yang akan digunakan, hasil yang diperoleh dapat dilihat seperti Gambar 3, 4, dan 5 sebagai berikut:

Berdasarkan grafik uji normalitas pada Gambar 3, terdapat titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal, dan penyebarannya mengikuti garis diagonal, maka model regresi pada Gambar 3 menunjukkan adanya distribusi normal dan variabel dalam penelitian ini memenuhi syarat yang ada untuk menguji asumsi normalitas. Artinya semua data dalam variabel ROA berdistribusi normal.

Grafik uji normalitas ROA sebagai berikut:



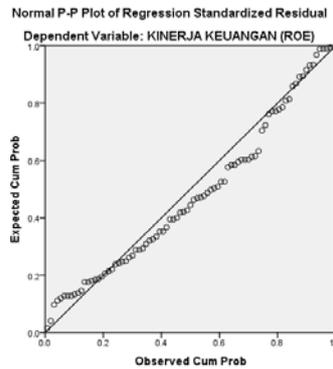
Gambar 3

Grafik Uji Normalitas ROA(Y_1)

Sumber: laporan keuangan, 2018 (diolah)

Berdasarkan grafik uji normalitas pada Gambar 4, terdapat titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal, dan penyebarannya mengikuti garis diagonal, maka model regresi pada Gambar 4 menunjukkan adanya distribusi normal dan variabel dalam penelitian ini memenuhi syarat yang ada untuk menguji asumsi normalitas. Artinya semua data dalam variabel ROE berdistribusi normal.

Grafik uji normalitas ROE sebagai berikut:



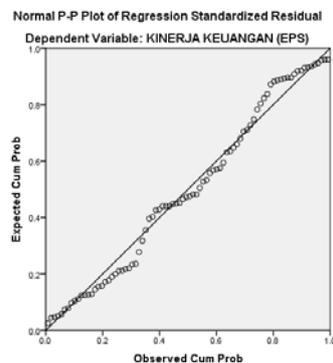
Gambar 4

Grafik Uji Normalitas ROE(Y_2)

Sumber: laporan keuangan, 2018 (diolah)

Berdasarkan grafik uji normalitas pada Gambar 5, terdapat titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal, dan penyebarannya mengikuti garis diagonal, maka model regresi pada Gambar 5 menunjukkan adanya distribusi normal dan variabel dalam penelitian ini memenuhi syarat yang ada untuk menguji asumsi normalitas. Artinya semua data dalam variabel EPS berdistribusi normal.

Grafik uji normalitas EPS sebagai berikut:



Gambar 5

Grafik Uji Normalitas EPS(Y_3)

Sumber: laporan keuangan, 2018 (diolah)

Uji Autokorelasi

Berikut ini hasil uji autokorelasi dilakukan dengan uji *Durbin-Watson* (DW) dilihat pada Tabel 11, 12, dan 13 sebagai berikut:

Tabel 11
Tabel *Durbin Watson* ROA(Y₁)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.826 ^a	.682	.678	5.355564	1.295

a. Predictors: (Constant), Tanggung jawab sosial entitas(CSRI)

b. Dependent Variable: Kinerja Keuangan (ROA)

Sumber: laporan keuangan, 2018 (diolah)

Hasil pengamatan Tabel 11, nilai *Durbin-Watson* (DW) menunjukkan nilai sebesar 1,295, nilai tersebut berada diantara -2 dan 2, sehingga model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 12
Tabel *Durbin Watson* ROE(Y₂)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.975 ^a	.951	.950	5.78477	1.607

a. Predictors: (Constant), Tanggung jawab sosial entitas(CSRI)

b. Dependent Variable: Kinerja Keuangan (ROE)

Sumber: laporan keuangan, 2018 (diolah)

Hasil pengamatan Tabel 12, nilai *Durbin-Watson* (DW) menunjukkan nilai sebesar 1,607, nilai tersebut berada diantara -2 dan 2, sehingga model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 13
Tabel *Durbin Watson* EPS(Y₃)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.629 ^a	.396	.389	13.26982	.695

a. Predictors: (Constant), Tanggung jawab sosial entitas(CSRI)

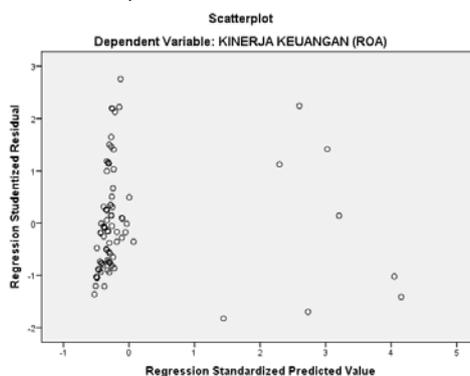
b. Dependent Variable: Kinerja Keuangan (EPS)

Sumber: laporan keuangan, 2018 (diolah)

Hasil pengamatan Tabel 13, nilai *Durbin-Watson* (DW) menunjukkan nilai sebesar 0.695, nilai tersebut berada diantara -2 dan 2, sehingga model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

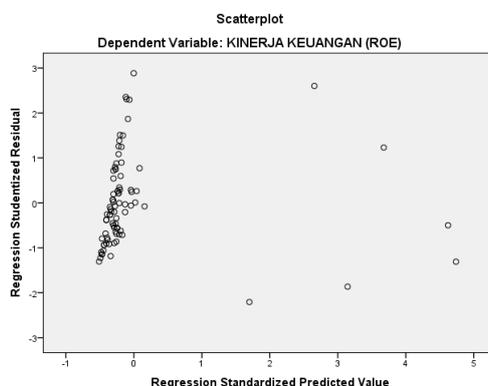
Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas ditunjukkan oleh Gambar 6, 7, dan 8 sebagai berikut:



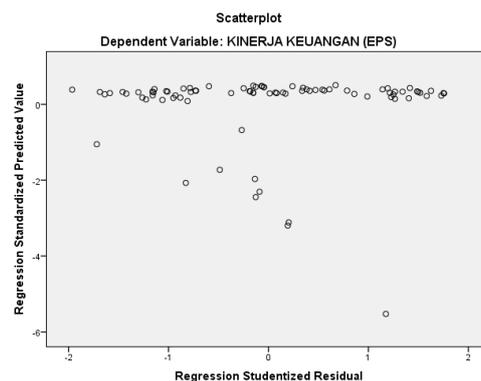
Gambar 6
Hasil Uji Heteroskedastisitas ROA(Y₁)
Sumber: laporan keuangan, 2018 (diolah)

Berdasarkan pada Gambar 6, menunjukkan bahwa titik-titik sampel penelitian tersebut tersebar secara acak, membentuk pola yang tidak jelas dan tidak teratur. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 7
Hasil Uji Heteroskedastisitas ROE(Y₂)
Sumber: laporan keuangan, 2018 (diolah)

Berdasarkan pada Gambar 7, menunjukkan bahwa titik-titik sampel penelitian tersebut tersebar secara acak, membentuk pola yang tidak jelas dan tidak teratur. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 8
Hasil Uji Heteroskedastisitas EPS(Y₃)
Sumber: laporan keuangan, 2018 (diolah)

Berdasarkan pada Gambar 8, menunjukkan bahwa titik-titik sampel penelitian tersebut tersebar secara acak, membentuk pola yang tidak jelas dan tidak teratur. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 14
Tabel Analisis Regresi Linear Sederhana
Tanggung Jawab Sosial Entitas terhadap ROA

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	7.178	.664	
Tanggung jawab sosial entitas (CSRI)	.074	.006	.826

a. Dependent Variable: Kinerja keuangan (ROA)
 Sumber: laporan keuangan, 2018 (diolah).

Tabel 15
Tabel Analisis Regresi Linear Sederhana
Tanggung Jawab Sosial Entitas terhadap ROE

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	8.232	.709	
Tanggung jawab sosial entitas (CSRI)	.269	.007	.975

a. Dependent Variable: Kinerja keuangan (ROE)

Sumber: laporan keuangan, 2018 (diolah)

Tabel 16
Tabel Analisis Regresi Linear Sederhana
Tanggung Jawab Sosial Entitas terhadap EPS

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	64.233	1.629	
Tanggung jawab sosial entitas (CSRI)	-.080	.011	-.629

a. Dependent Variable: Kinerja keuangan (EPS)

Sumber: laporan keuangan, 2018 (diolah)

Berdasarkan Tabel 14, 15, dan 16 seperti yang ditunjukkan diatas, dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 atau 5% diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y_1 = 7,178 + 0,074 \text{ CSRI} + \varepsilon$$

$$Y_2 = 8,232 + 0,269 \text{ CSRI} + \varepsilon$$

$$Y_3 = 64,233 - 0,80 \text{ CSRI} + \varepsilon$$

Berdasarkan pada persamaan regresi linear berganda diatas, maka diartikan sebagai berikut: (1)Persamaan regresi linier untuk variabel CSRI ke ROA: (a)Persamaan regresi tersebut memiliki nilai konstanta (α) sebesar 7,178 memiliki nilai searah (positif). Ini artinya jika CSRI konstan maka ROA adalah sebesar 7,178, (b)Koefisien regresi CSRI = 0,074. Hal ini menunjukkan arah hubungan searah (positif) antara variabel CSRI dengan ROA. Yang artinya jika variabel CSRI naik maka ROA juga naik. (2)Persamaan regresi linier untuk variabel CSRI ke ROE; (a)Persamaan regresi tersebut memiliki nilai konstanta (α) sebesar 8,232 memiliki nilai searah (positif), Ini artinya jika CSRI konstan maka ROE adalah sebesar 8,232, (b)Koefisien regresi CSRI = 0,269. Hal ini menunjukkan arah hubungan searah (positif) antara variabel CSRI dengan ROE, yang artinya jika variabel CSRI naik maka ROE naik. (3)Persamaan regresi linier untuk variabel CSRI ke EPS, (a)Persamaan regresi tersebut memiliki nilai konstanta (α) sebesar 64,233 memiliki nilai searah (positif), ini artinya jika CSRI konstanta maka EPS adalah sebesar 64,233, (b)Koefisien regresi CSRI = -0,80. Hal ini menunjukkan arah hubungan berlawanan arah (negatif) antara variabel CSRI dengan EPS. Artinya jika variabel CSRI turun maka EPS naik dan sebaliknya.

Uji Hipotesis (Uji t)

Berdasarkan hasil pengujian Tabel 14,15, dan 16dapat diketahui pengaruh variabel independen terhadap dependen.

Nilai profitabilitas *Return on Assets* (ROA) sebesar 0,000 dengan tingkat signifikan 0,05 sehingga nilai profitabilitas lebih kecil daripada tingkat signifikansi, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Dari hasil diatas dapat diartikan bahwa tanggung jawab sosial entitas berpengaruh signifikan terhadap ROA.

Nilai profitabilitas *Return on Equity* (ROE) sebesar 0,000 dengan tingkat signifikan 0,05 sehingga nilai profitabilitas lebih kecil daripada tingkat signifikansi, maka H_1 diterima dan H_0

ditolak. Dari hasil diatas dapat diartikan bahwa tanggung jawab sosial entitas berpengaruh signifikan terhadap ROE.

Nilai profitabilitas *Earning Per Share*(EPS) sebesar 0,000 dengan tingkat signifikan 0,05 sehingga nilai profitabilitas lebih kecil daripada tingkat signifikansi, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Dari hasil diatas dapat diartikan bahwa tanggung jawab sosial entitas berpengaruh signifikan terhadap EPS.

PEMBAHASAN

Pengaruh tanggung jawab sosial entitas terhadap *Return on Assets*(ROA)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial entitas berpengaruh signifikan positif *Return on Assets* (ROA). Hasil positif ini mendukung teori yang menyatakan bahwa semakin besar tingkat pengembalian asset akan semakin meningkatkan perusahaan dalam melakukan kegiatan tanggung jawab sosial. Berpengaruh positif ini menunjukkan apabila ROA mengalami kenaikan maka akan meningkatkan perusahaan dalam program tanggung jawab sosialnya. Hal tersebut dikarenakan dengan perusahaan melakukan program tanggung jawab sosial akan meningkatkan perusahaan dalam pengembalian *asset* yang akan berdampak juga pada kenaikan laba pada perusahaan, sehingga dengan adanya program tanggung jawab sosial entitas, maka perusahaan juga melakukan kegiatan sosial, bukan semata-mata perusahaan mencari keuntungan tetapi juga bersosialisasi langsung terhadap masyarakat terlebih lagi disekitar dimana perusahaan tersebut didirikan.

Hasil dari pengujian ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial entitas berpengaruh signifikan positif terhadap *Return On Asset* (ROA). Hal ini sama dengan hasil pengujian yang dikemukakan oleh Rosdwianti *et al* (2016) yang menemukan adanya hubungan signifikan antara tanggung jawab sosial entitas terhadap *Return On Assets* (ROA).

Pengaruh tanggung jawab sosial entitas terhadap *Return on Equity*(ROE)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial entitas berpengaruh positif signifikan dengan *Return on Equity*(ROE). Hasil positif ini mendukung teori yang menyatakan bahwa semakin besar tingkat pengembalian ekuitas maka mempengaruhi besarnya perusahaan dalam melakukan program tanggung jawab sosial. Berpengaruh positif yang artinya jika semakin tinggi tingkat pengembalian ekuitas perusahaan maka semakin tinggi juga perusahaan melakukan tanggung jawab sosial. Hal tersebut dikarenakan jika perusahaan melakukan kegiatan sosial maka perusahaan akan meningkatkan perusahaan dalam pengembalian ekuitasnya.

Pengaruh tanggung jawab sosial entitas terhadap *Earning Per Share*(EPS)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial entitas berpengaruh negatif signifikan terhadap *Earning Per Share* (EPS). Hasil negatif ini tidak mendukung teori yang menyatakan bahwa keuntungan dari penjualan saham akan berpengaruh pada besarnya kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Berpengaruh negatif artinya walaupun perusahaan melakukan kegiatan tanggung jawab sosial entitas maka nilai EPS akan menurun, dan sebaliknya.

Hasil dari pengujian ini menunjukkan tanggung jawab sosial entitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Earning Per Share* (EPS). Seperti yang dikemukakan oleh Rosdwianti *et al* (2016) bahwa arah hubungan yang negatif antara tanggung jawab sosial entitas dengan EPS dapat terjadi mungkin karena pelaksanaan tanggung jawab sosial entitas dianggap sebagai biaya yang tidak perlu dan dapat mengurangi keuntungan perusahaan. Waddock *et al* (1997) dalam Rosdwianti *et al* (2016) berasumsi bahwa perusahaan dengan perilaku yang bertanggung jawab mungkin memiliki kelemahan kompetitif, karena mereka memiliki biaya yang tidak perlu.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Simpulan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tanggung jawab sosial entitas terhadap kinerja keuangan perusahaan meliputi *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Earning Per Share* (EPS), (2) Tanggung jawab sosial entitas berpengaruh positif signifikan terhadap *Return on Assets* (ROA), (3) Tanggung jawab sosial entitas berpengaruh positif signifikan terhadap *Return on Equity* (ROE), (4) Tanggung jawab sosial entitas berpengaruh negatif signifikan terhadap *Earning Per Share* (EPS).

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan pada penelitian ini yang dapat menjadi bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik. Keterbatasan pada penelitian ini sebagai berikut: (1) Penelitian ini menggunakan sampel pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi (*consumer goods*) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan tahun pengamatan selama 4 tahun yaitu 2014-2017 dengan jumlah perusahaan sebanyak 23 perusahaan, (2) Penelitian ini hanya menggunakan variabel *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), dan *Earning Per Share* (EPS) sebagai variabel kinerja keuangan untuk meneliti pengaruhnya dengan tanggung jawab sosial entitas, (3) Untuk menilai program kegiatan tanggung jawab sosial dalam penelitian ini masih kurang karena tidak semua perusahaan manufaktur yang ada di Bursa Efek Indonesia merencanakan dan melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial entitas.

Saran

Setelah penelitian ini dilakukan, beberapa saran berikut ini diharapkan dapat dijadikan pedoman bagi pembaca: (1) Penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat menambahkan sampel perusahaan yang akan diteliti, tidak hanya sebatas sektor barang konsumsi (*consumer goods*) saja, akan tetapi seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang melakukan kegiatan tanggung jawab sosial entitas, (2) Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan perusahaan manufaktur dengan periode yang lebih panjang untuk dapat dijadikan sampel perusahaan, (3) Peneliti selanjutnya disarankan menggunakan kinerja keuangan menggunakan proksi lain, misalkan rasio Tobin's Q dan menambah variabel dependen lainnya, seperti *Dividend Payout Ratio* (DPR), *Price to Book Value Ratio* (PBV), dan sebagainya, serta menambah variabel independen yang memiliki pengaruh pada tanggung jawab sosial entitas seperti, *Good Corporate Governance* (GCG), ukuran perusahaan, dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Astri, H. 2012. Pemanfaatan *Corporate social Responsibility* (CSR) bagi Kualitas Hidup Manusia Indonesia. *Jurnal Aspirasi* 3(2):151-165.
- Citraningrum, D. 2014. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Financial Performance* dan *Firm Value*. *Jurnal Administrasi Bisnis* (JAB) 14(1):1-10.
- Gantino, R. 2016. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Periode 2008-2014. *Jurnal Dinamika dan Akuntansi* 3(2):19-32.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan IX. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Hanafi, M.H. dan A. Halim. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Keempat. Cetakan Kedua. Unit Penerbit Dan Percetakan. Yogyakarta.

- Jurokhani. 2013. Hubungan *Coorporate Social Responsibility* dengan Kinerja Keuangan Go *Public* Tahun 2008-2011. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas. Surabaya.
- Kasmir. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Pertama. PT Rajagrafindo. Jakarta.
- Murhardi, W. 2012. *Analisis Laporan Keuangan: Proyeksi dan Valuasi Saham*. Salemba Empat. Jakarta.
- Pramesti, D. 2012. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kinerja Keuangan. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Prastowo, D. 2015. *Analisis Laporan Keuangan Konsep dan Aplikasi*. Edisi Ketiga. Cetakan Ketiga. Unit Penerbit dan Percetakan. Yogyakarta.
- Purnaningsih, D. 2018. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Skripsi*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Rosdwianti, M., K. A.R.M. Dzulkirom, dan Z.A Zahroh. 2016. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*38(2):16-22.
- Sutopoyudo. 2009. Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan. <http://sutopoyudo.wordpress.com>. 29 Oktober 2018 (22.25)
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40. *Perseroan Terbatas* (UU PT). Lembaran Negara Republik Indonesia. Jakarta.
- Untung, B. 2014. *CSR dalam Dunia Bisnis*. Edisi Pertama. Andi. Yogyakarta.
- Wardiyah, M, L. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Pustaka Setia. Bandung.
- Yani, W. 2013. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.